БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ

Стартовый список минус-слов для производителей и шаблон медиаплана

Возьмите список как основу, уберите лишнее и добавьте слова под свою продукцию. Шаблон медиаплана заполните и принесите на консультацию.

Шаг 1. Минус-слова: розница

Вычеркните то, что для вас рабочий запрос.

- [ ] недорого
- [ ] б/у
- [ ] в магазине
- [ ] с доставкой на дом
- [ ] отзывы покупателей
- [ ] своя группа слов: _____

Шаг 2. Минус-слова: вакансии и карьера

- [ ] работа
- [ ] вакансии
- [ ] зарплата
- [ ] резюме
- [ ] стажировка

Шаг 3. Минус-слова: инструкции, чертежи, учёба

- [ ] своими руками
- [ ] как сделать
- [ ] инструкция
- [ ] ремонт
- [ ] чертёж
- [ ] реферат
- [ ] курсовая
- [ ] скачать

Добавьте слова, которые встретите в отчёте о поисковых запросах после запуска.

Шаг 4. Аудитории и посадочные (заполните)

Аудитория	Что ей нужно	Оффер в объявлении	Посадочная страница
Оптовики			
Дилеры			
Прямые покупатели			
Конечные клиенты (если есть)			

Шаг 5. Шаблон медиаплана

Строка	Значение
Продуктовые группы в рекламе	
Регионы (город и область отдельно)	
Рекламный бюджет в месяц, ₽	
Прогноз кликов	
Прогноз заявок	
Прогноз цены обращения, ₽	
Кто размечает заявки	

Формулы: цена обращения = расходы ÷ число обращений; цена целевого обращения = расходы ÷ число целевых обращений.

Шаг 6. Разметка обращений

- [ ] Каждый звонок и заявка имеет источник
- [ ] Менеджер отмечает: целевое, розница, спам
- [ ] Отмечено, какие обращения дошли до переговоров
- [ ] Разбор запросов и обновление минус-слов раз в неделю

Шаг 7. Вопросы подрядчику

- [ ] Как отсекается розница до запуска и после?
- [ ] Какие отчёты я получу: клики или заявки и цена обращения?
- [ ] Как делятся кампании по аудиториям?
- [ ] Как оценивается результат при длинном цикле сделки?

- [ ] Что входит в ведение и что оплачивается отдельно?

Подготовлено агентством «Приоритет», vprioritete.ru. Материал справочный: цифры подставляйте свои.